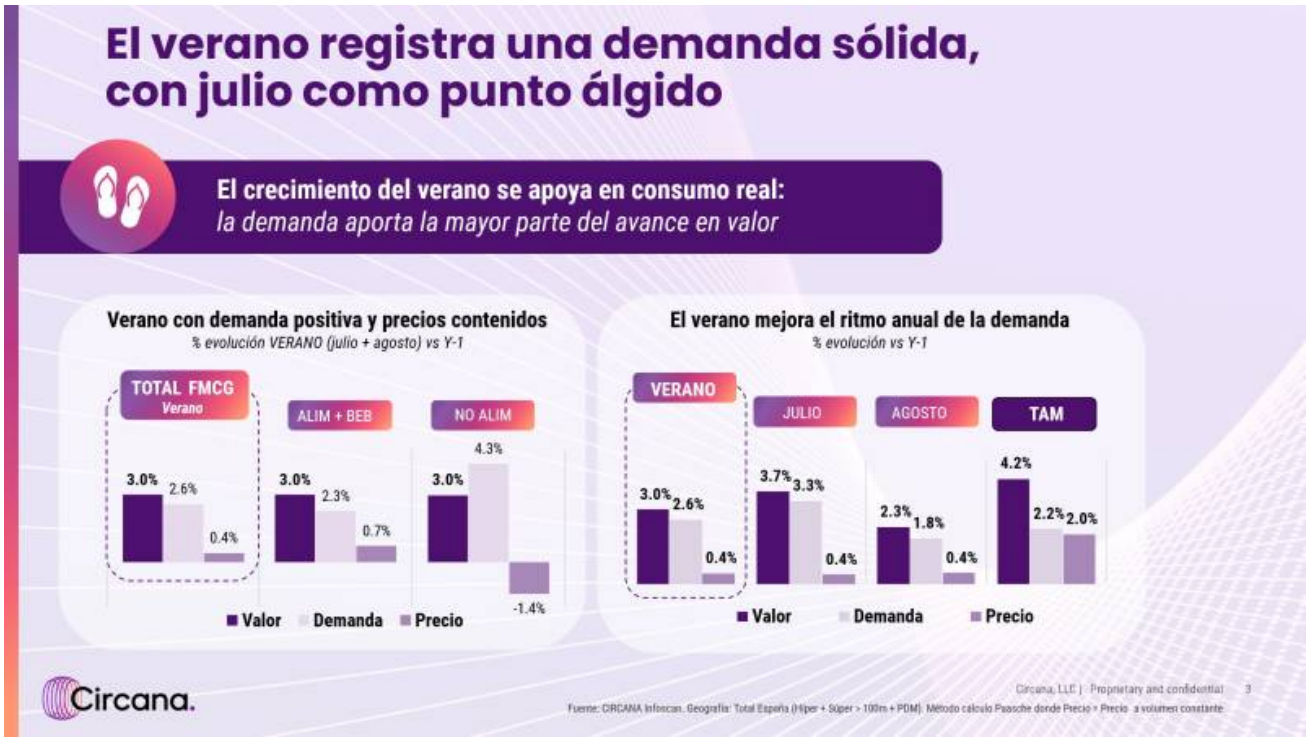
vinetur

La cesta de la compra española creció un 3,0% por vacaciones, calor y el tirón del Mundial

El alza se apoyó en un aumento de la demanda del 2,6% y en un precio medio del 0,4%

miércoles 16 de septiembre de 2026



Circana presentó este miércoles, 16 de septiembre, su barómetro de gran consumo español de julio y agosto, un periodo en el que la cesta de la compra se movió al alza por la combinación de vacaciones, desplazamientos, altas temperaturas y la victoria de España en el Mundial de fútbol. La consultora cifra el avance del mercado en un 3,0% en valor, apoyado sobre todo en un aumento de la demanda del 2,6%, mientras que el precio medio subió un 0,4%.

La firma añade que el comportamiento del verano fue mejor que el del conjunto de los últimos 12 meses. En ese periodo anual, la demanda avanzó un 2,2%, cuatro décimas menos que en julio y agosto. Para Circana, esa diferencia apunta a una intensificación de las ocasiones de consumo durante las semanas estivales.

Una parte de ese movimiento se concentró en las compras ligadas a reuniones y celebraciones. Circana sitúa entre el 15 de junio y el 19 de julio un aumento claro de los productos asociados al aperitivo, el picoteo y las comidas fáciles de compartir. Las palomitas elevaron su demanda un 41,9%, las patatas snacks un 36,4%, las cortezas un 22,7% y los surtidos de frutos secos un 19,9%.

Ese patrón también se trasladó a otras categorías de preparación rápida. El sushi subió un 22,1% en demanda, las pizzas congeladas un 15,2% y los bocadillos y sándwiches un 14,8%. La consultora relaciona estos datos con un verano de mayor vida social y con el tirón del torneo de fútbol.

La semana de la final acentuó todavía más esa pauta. Circana calcula que en esos días la demanda de palomitas aumentó un 55,3%, la de sushi un 28,8% y la de pizza congelada un 26,8%. Sandra Latorre, Senior Manager Client Sales & Insights de Circana España, sostiene que los acontecimientos sociales, deportivos y climáticos influyen de forma directa en los hábitos de compra y generan más momentos de consumo en el hogar y fuera de él.

El calor fue el otro gran factor del verano, con un efecto claro sobre las bebidas y la alimentación fresca. En julio y agosto, las bebidas de té aumentaron un 19,4% en demanda, las isotónicas y energéticas un 9,9%, el agua un 8,2%, las bebidas funcionales refrigeradas un 7,6% y la shandy un 7,2%.

La estacionalidad también se aprecia en el peso que algunas categorías tienen dentro del conjunto del año. Según los datos de Circana, el verano reúne el 50,7% de la demanda anual de sandía, el 44,4% de la de melocotón y el 41,1% de la de melón. En otros productos muy ligados a estas fechas, julio y agosto concentran el 35,5% de la demanda anual de gazpacho, el 34,5% de la de helados y el 31,0% de la de salmorejo.

Dentro de los alimentos frescos y de temporada, las frutas congeladas fueron una de las categorías con mayor subida, con un 40,6% más de demanda. También avanzaron las frutas del bosque, un 22,2%; las fresas, un 15,8%; y el melocotón, un 7,2%.

Circana aprecia además un cambio en la forma de organizar las comidas durante las vacaciones. Los platos cocinados refrigerados aumentaron un 35,5% en demanda, el sushi un 21,9%, los platos semicocinados refrigerados un 10,1% y las ensaladas refrigeradas un 5,9%. Para la consultora, este comportamiento está ligado a una mayor movilidad y a la búsqueda de opciones que permitan pasar menos tiempo en la cocina.

La evolución de julio y agosto deja una lectura útil para las marcas y la distribución. Cuando coinciden calor, viajes y grandes citas deportivas, la cesta se orienta hacia productos para compartir, bebidas para hidratarse y soluciones listas para consumir. Circana sostiene que esa mezcla ayuda a entender no solo qué compran los hogares, sino también cómo reparten su tiempo y sus ocasiones de consumo a lo largo del verano.